

Barva in podjetniška uspešnost

Z barvo ali barvami se podjetje predstavlja navzven, prav tako pa je pomembna uporaba barv v delovnem okolju. Da lahko barve čim bolje izkoristite, morate seveda poznati njihove zakonitosti, pomen in učinek. - Darja Hughes -

Barva, ki nas obdaja, je eden ključnih elementov, ki s svojimi psihološkimi lastnostmi zelo vpliva na naše počutje v prostoru, pa naj bo to pisarna, bolnišnica, šola, vrtec, mehanična delavnica ali dom. S poznavanjem barvnih zakonitosti in z izborom pravih barv lahko vplivamo na obnašanje, ustvarjalnost in počutje ljudi v določenih prostorih.

Pomen za podjetja in dejavnosti

Barva je med tistimi bistvenimi elementi, s katerimi se podjetja tudi istovetijo, saj v kombinaciji s celostno grafično podobo predstavlja podobo, ki jo želi podjetje sporočiti v okolico. Tako lahko na primer uporaba hladne rumene v večjih količinah izraža ceneno. Če pa se ta pojavi v kombinaciji z uglaseno temno barvo (zeleno, modra ali rdeča) s pridihom zlate kot akcenta, se sporočilo postavi popolnoma na glavo, saj lahko taka kombinacija izžareva eleganco, sofisticiranost in prestiž. Tudi veliki kontrasti med belo in črno lahko pomenijo visoko stopnjo elegance, na primer odtenki tople bele in poudarek črne ali zlate (Chanel).

Če se ozremo okoli po podjetjih lahko ugotovimo, da v podjetjih prevladujejo hladnejše barve in da obstajajo

Tople barve so bolj stimulativne in dvigajo raven ustvarjalnosti, hladne pa dajejo občutek miru, lahko pa tudi ravnodušja.

barve kombinacije, ki se v določenih dejavnostih (banke, bolnišnice, šole ...) pogosteje pojavljajo. To pa zato, ker so se take predvidene in uveljavljene barvne kombinacije izkazale za učinkovite v posameznih dejavnostih in se zato pogosteje uporabljajo. Tako se v bančništvu in finančnem poslovanju večkrat srečujemo s temnimi barvami, predvsem z modro, rdečo, črno in temnosivo. Zlata in srebrna v uporabi akcenta vedno pomenita prestiž, zato ju je treba zato pazljivo uporabiti. V prehrambeni industriji je na primer veliko zelenih in rumenih, pa tudi rdečih tonov, v zdravstvu zeleno-modrih in be-

lih in tako dalje. Zato, kdor določa podjetju barvo, mora imeti širše znanje o psiholoških in marketinških zakonitostih barv. Ker ima vsak element v prostoru sporočilo, jo ima tudi barva sten, tal, pohištva. Kadar vsi elementi delujejo v ravnotežju, se v prostoru bolje počutimo in delujemo.

Splošne zakonitosti uporabe barv

Dokazano je, da so tople barve bolj stimulativne in da dvigajo raven ustvarjalnosti, hladne pa dajejo bolj občutek miru, lahko pa tudi ravnodušja. Da bi vam olajšali izbor, vam bo morda koristilo, da spoznate nekaj splošnih zakonitosti, ki veljajo za posamezne barve. Pa si jih pogledajmo nekaj:

1. **Bela:** Je v resnici barva poudarkov, je bleščeča in vsiljiva. Zaradi tega je napačna, če je to edina barva sten in stro-

pov, ker jo je potem preveč in daje občutek praznine ali neskončnosti v prostoru. Belo je torej treba uravnotežiti z barvami ostalih elementov v prostoru, da ustvari zaključeno celoto, ter da jih ne zakrije.

2. **Rumena:** Rumena ima odtenke, ki segajo v širokem spektru od svetlo rumene do oranžne in celo rjave. Pomeni pa sonce, svetlobo, toploto, energijo, veselje, bogastvo. Rumena je, tako kot bela, barva poudarka (zato je treba paziti na ostale barve v prostoru). Zaradi svoje prodorne narave lahko v napačni kombinaciji in ob izboru napačnih odtenkov (predvsem hladne rumene) de-

luje nekoliko ceneno, na kar je treba biti pozoren. Če pa je premočna in nanesena na velike površine, pa lahko ustvarja napetosti in živčnost. Zelo močna rumena pa je vedno dobrodošla pri uporabi dekorativnih elementov.

3. **Zelena:** Zelena ponazarja naravo, življenje, vedrino, svežino, rast, vitalnost, spodbuja storilnost ... Tudi tu moramo paziti na izbiro tona in kombinacije. Močna rumena in močna zelena lahko skupaj delujeta ceneno.

4. **Rdeča:** To je barva energije, ljubezni, poželenja, strasti, nevarnosti, boja, ognjevitosti. Če bo uporabljena v prevelikih količinah na enem mestu, lahko izniči pomembnost sporočila. Zato naj raje nastopa za posamezne poudarke in ne kot glavna igralka.

5. **Modra:** Modra ponazarja vodo, svežino, zdravje, varnost, denar, lojalnost, zvestobo, tradicijo, mirnost, pa tudi hladnost in brezbržnost. Zato moramo biti previdni pri uporabi.

6. **Črna:** Barva moči, tradicije, žalosti, trdnosti, intenzivnosti, dominantnosti. Črna zahteva veliko pozornosti in naredi na opazovalca velik vtis. Kadar je uporabljena kot ozadje z akcentom kontrastne barve, bo sporočilo bolj dramatično, dominantno.

Drugi dejavniki uporabe barv

Zdaj ko poznate ključne zakonitosti barv, morate, preden se dokončno odločite, ugotoviti vsaj še:

- velikost prostora – ali gre za majhen ali za velik prostor (temnejši odtenki zmanjšajo prostor, svetlejši ga povečajo);
- kaj želite v prostoru poudariti in kaj ne;
- kakšna dela boste v prostoru opravljali (kreativna, sprejemanje strank ...);
- koliko, po funkcijah, različnih okolij/prostorov je v podjetju.

V podjetju je pomembno, da imajo zaposleni možnost gibanja v različnih prostorih, ki naj bi se med seboj barvno razlikovali. Torej, da je delovni prostor barvno drugačen kot jedilnica, sprejemnica ali sanitarije. Enotna barva celotnega poslojpa je morda res bolj v skladu s trendovskim podjetniškim imidžem, vendar lahko to za ljudi, ki v takem okolju delajo, postane monotono in predvsem neustvarjalno. Zato je treba o uporabi barv na delovnem mestu dobro premisliti. Med drugim je treba upoštevati:

- svetlobo v prostoru,
- barve vseh drugih elementov, ki bodo v prostoru ...

Zelo koristi, če najprej opredelimo barve elementov, ki v prostoru pomenijo največje površine, in jih ne spremi-

njamo pogosto. To so na primer talne površine. Na podlagi talnih površin določimo barvo pohištva in sten, v kombinaciji z dekorjem.

Težko se je opredeliti za eno samo barvo, ki bi bila vedno tista »prava« za poslovni prostor (stene, pohištvo). Čeprav v mnogih podjetjih pri nas bela še

vedno prevladuje v stenskih aplikacijah, to ni barva, ki bi lahko definirala prostor kot celoto. Veliko poslovnih prostorov zato kljub izbranim pohištvenim elementom ne doseže prostorske skladnosti in vizualne dovršenosti. To pa v nadaljevanju tudi slabo vpliva na delovno vzdušje in storilnost. ■

UREJANJE POSLOVNIH PROSTOROV V PRAKSI

Prostori podjetja zlit s celostno grafično podobo

Vida Cibic, Energo Plus, d.o.o.

Ali menite, da urejenost poslovnih prostorov vpliva na delovno učinkovitost zaposlenih?

»Urejenost poslovnih prostorov absolutno vpliva na delovno učinkovitost in ustvarjalnost zaposlenih. Zelo pomembno je, da se ljudje, ki v prostoru preživijo več kot tretjino dneva dobro počutijo.

Pri ureditvi prostorov smo upoštevali, da je Energo plus tehnično podjetje, zato smo delu primerno skušali postaviti tudi pohištvo. Vse za čim boljšo učinkovitost dela. Pri tem smo pazili na zadostno količino delovnih površin, odlagalnih pultov in omar ter pravilno izbiro pisarniških stolov. Prav tako smo pri opremljanju upoštevali barve celostne grafične podobe podjetja, tako da so tudi vsi delovni prostori v srebrno-sivkasti in modri barvi.

Kot podjetje, ki se ukvarja s projektiranjem, prodajo in servisiranjem naprav za pripravo zraka, smo v svoj objekt vgradili najboljše naprave za prezračevanje in klimatizacijo ter s tem zagotovili najprimernejše delovno ozračje. Delovni



prostori se hkrati odlikujejo tudi z veliko svetlobe, saj smo pretežni del naše poslovne zgradbe odeli s steklenimi ploščami in velikimi okni.

Danes smo zadovoljni, da nam je uspelo ustvariti delovni prostor, ki pozitivno vpliva na počutje naših sodelavcev, tako z vidika funkcionalnosti in izbire prostora kot tudi z vidika lepega videza in usklajenosti s celostno grafično podobo Energo plusa. »